

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM .....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Batasan Masalah .....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	9
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	9
1.5.2 Manfaat Praktisi .....	9
1.6 Sistematika Penulisan .....	9

### **BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Teori Stimulus Respons (S-R) .....	11
2.2 Landasan Konsep .....	13
2.2.1 Periklanan .....	13

2.2.1.1 Tujuan Beriklan .....	14
2.2.1.2 Fungsi Iklan .....	15
2.2.1.3 Elemen-Element Iklan.....	16
2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	17
2.2.2.1 Tujuan Komunikasi Pemasaran .....	17
2.2.2.2 Model Komunikasi Pemasaran .....	18
2.2.3 Minat Beli .....	19
2.2.3.1 Aspek-aspek Minat Beli .....	20
2.2.4 Internet .....	21
2.2.4.1 Media Baru .....	21
2.2.4.2 Media Sosial .....	21
2.2.4.3 YouTube .....	22
2.2.4.4 <i>Web Series</i> .....	22
2.2.5 Perilaku Konsumen .....	22
2.2.6 Komunitas Online .....	23
2.3 Studi Penelitian Terdahulu .....	23
2.4 Kerangka Berpikir .....	30
2.5 Hipotesis .....	32

### **BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Paradigma Penelitian .....	34
3.2 Pendekatan Penelitian .....	35
3.2.1 Jenis Penelitian .....	36
3.3 Metode Penelitian .....	36
3.4 Definisi Oprasional .....	37
3.5 Waktu dan Lokasi Penelitian .....	38
3.6 Teknik Pemilihan Populasi dan Sampel.....	39
3.6.1 Populasi .....	39
3.6.2 Sampel.....	39

3.6.2.1 Teknik Sampling .....	40
3.6.2.2 Skala <i>Likert</i> .....	40
3.6.2.3 Rumus Slovin .....	41
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.7.1 Data Primer .....	43
3.7.2 Data Sekunder .....	43
3.7.3 Angket dan Kuesioner .....	43
3.8 Teknik Pengolahan Data .....	44
3.8.1 Regresi Linier Sederhana .....	44
3.8.2 SPSS .....	45
3.9 Teknik Analisis Data .....	45
3.9.1 Uji Validitas .....	45
3.9.1.1 <i>Pre-test</i> .....	46
3.9.1.2 <i>Main Test</i> .....	46
3.9.2 Uji Reliabilitas .....	46
3.9.3 Uji Regresi Linier Sederhana .....	47
3.9.4 Uji Koefisien Determinasi .....	48
3.9.5 Uji T .....	48
 <b>BAB 4 PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	50
4.1.1 Logo Perusahaan dan Produk .....	52
4.1.2 Komunitas Sobat Diabet .....	53
4.1.2.1 Visi dan Misi .....	54
4.2 Hasil Analisis .....	54
4.2.1 <i>Pre-test</i> .....	54
4.2.1.1 Hasil Uji Validitas Variabel Iklan (X) .....	55
4.2.1.2 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y) .....	58
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas <i>Pre-test</i> .....	61

4.2.3 <i>Main Test</i> .....	61
4.2.3.1 Hasil Uji Validitas Variabel Iklan (X) .....	62
4.2.3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y) .....	65
4.2.4 Hasil Uji Reliabilitas <i>Main Test</i> .....	68
4.2.5 Hasil Kuesioner .....	69
4.2.5.1 Karakteristik Responden .....	69
4.2.5.1.1 Jenis Kelamin.....	70
4.2.5.1.2 Usia Responden.....	70
4.2.5.1.3 Tingkat Pendapatan.....	71
4.2.5.1.4 Pekerjaan.....	72
4.2.6 Hasil Kuesioner Variabel Iklan (X) .....	72
4.2.7 Hasil Kuesioner Variabel Minat Beli (Y) .....	81
4.2.8 Uji Hipotesis .....	88
4.2.8.1 Uji Korelasi .....	88
4.2.8.2 Uji Regresi Linier Sederhana.....	89
4.2.8.3 Uji Koefisien Determinasi .....	91
4.2.8.4 Uji T .....	92
4.2.9 Hipotesis .....	93
4.3 Pembahasan .....	93

## **BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	99
5.2 Saran .....	100
5.2.1 Saran Akademis .....	101
5.2.2 Saran Praktis .....	101

DAFTAR PUSTAKA .....	102
----------------------	-----

RIWAYAT HIDUP .....	105
---------------------	-----

## LAMPIRAN